

0- 793837

На правах рукописи

Васильева Мария Владимировна

**ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ПРОМЫСЛОВ
(НА ПРИМЕРЕ ПСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ)**

Специальность: 08.00.05 Экономика и управление народным хозяйством
(предпринимательство)

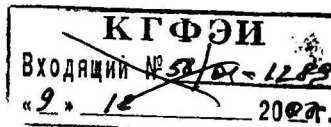
АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Васильева
М.В.

Великий Новгород

2008



Диссертационная работа выполнена на кафедре маркетинга и управления персоналом Государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого»

Научный руководитель: доктор экономических наук, профессор
Омаров Магомед Магомедович

Официальные оппоненты: доктор экономических наук, профессор
Николаев Михаил Алексеевич,
Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Псковский государственный политехнический институт»

кандидат экономических наук, доцент
Притула Оксана Дмитриевна,
Федеральное государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования «Северо-Западная
академия государственной службы»
филиал в г. Великий Новгород

Ведущая организация: Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Псковский государственный педагогический университет
имени С.М. Кирова»

Защита состоится 26 декабря 2008 г. в 12⁰⁰ часов на заседании диссертационного совета Д 212.168.01 при Новгородском государственном университете имени Ярослава Мудрого по адресу: 173015, г. Великий Новгород, ул. Псковская, д.3, ауд. 112

С диссертацией и авторефератом можно ознакомиться в библиотеке института экономики и управления Новгородского государственного университета имени Ярослава Мудрого.

Автореферат разослан « 21 » ноября 2008 года

Ученый секретарь
диссертационного совета
кандидат экономических наук,
профессор



НАУЧНАЯ БИБЛИОТЕКА КГУ



0000714752

М.В. Любимова

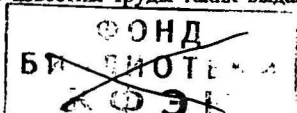
ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность исследования. Развитие промыслов и ремесел в различных странах опирается на национальные и культурные традиции, которые позволяют территориям развивать эксклюзивный имидж и привлекать интерес инвесторов, что в дальнейшем решает множество экономических и социальных проблем, таких как увеличение занятости населения, рост объемов валового внутреннего продукта, расширение инфраструктуры рынка и др.

В Европе ремесленничество представляет собой вторую крупнейшую отрасль народного хозяйства после промышленности за счет включения достаточно большого количества видов предпринимательской деятельности, которое регламентируется законодательством каждой страны. Наиболее интенсивно ремесленное производство развивается во Франции, Германии, Италии, Люксембурге. Доля валового внутреннего продукта, созданная предпринимательским сектором ремесел составляет 5,1% во Франции, 9,6% в Германии, 12% в Италии, 15% в Люксембурге. Художественные ремесла как вид предпринимательской деятельности выделены в Италии (2,1% ВВП), Испании (0,9% ВВП) и Великобритании (0,85% ВВП).

В России валовой внутренний продукт сферы промыслов составляет около 1%, причем предпринимательская деятельность художественных промыслов создала не более 0,02% ВВП. Состояние промыслов оценивается как кризисное, технологии некоторых промыслов уже утрачены, часть из них возможно возобновить, но требуются значительные инвестиции. Приходится констатировать, что возможности государственной поддержки художественных промыслов на всех уровнях власти недостаточны, практически отсутствует инфраструктура сбыта изделий промыслов как внутри страны, так и за рубежом. Рынок переполнен подделками, объемы которых иногда превышают объемы традиционных промыслов, что приводит к их дискредитации. Предпринимательские структуры художественных промыслов не в состоянии участвовать в выставочно-ярмарочной деятельности, которая в этой отрасли находится в зачаточном состоянии, хотя они являются предметом национального престижа и позволяют осуществить производство ассортимента изделий с высокой художественной ценностью и наличием местного колорита. По этой причине их можно рассматривать как стратегическую возможность роста туристского рынка, а также как инфраструктуру, поддерживающую и формирующую социально-культурный потенциал населения страны и обеспечивающую его занятость. Из вышесказанного непосредственно вытекает вывод о значимости и актуальности исследования процесса формирования и развития предпринимательской деятельности художественных промыслов как необходимого компонента национальной экономики России в целом, сохранение которого является долгом и обязанностью государства, приоритетным направлением экономической и культурной политики.

Степень изученности проблемы. Изучение крестьянских искусств началось в середине XIX в., в них художественные промыслы рассматривались наравне с хозяйственными. Среди исследователей промыслов – социологи, философы, искусствоведы: С.Н. Булгаков, В.С. Воронов, Е. Зябловенко, П.Г. Истомина, В.И. Ленин, В. Стасов, М.И. Туган-Барановский, С.А. Харизоменов и др. Большая часть исследователей была искренне озабочена постепенным вытеснением промыслов фабричным хозяйством. Позднее (30–80 гг. XX в.) проводился искусствоведческий дискурс по проблемам сохранения и возрождения подлинно народного творчества в условиях промышленной стандартизации и унификации изделий. Широко известны труды таких выдаю-



шихся авторов, как В.И. Авериной, А.Л. Адаскиной, А.В. Бакушинского, О.Д. Балдина, И.Я. Билибина, В.М. Василенко, З.М. Куренковой, А.В. Луначарского, А.И. Некрасова, М.А. Некрасовой, Б.А. Рыбакова, В.М. Ходова и др. Параллельно шла работа истинных мастеров художественных промыслов по сбору, систематизации и передаче творческого опыта молодым. В этом направлении активно работали: Н.И. Бессарабова, А.Б. Салтыкова (Гжель), Г.П. Матвеев, В. Сироткина, И. Тюкалова (Хохлома), Б.В. Графов, В.В. Кледов (Жостово), А.В. Бакушинский (Палех).

Современные исследования художественных промыслов посвящены, в основном, двум направлениям: историко-культурологическому и педагогическому. Небольшая часть исследователей затрагивает вопросы функционирования промыслов как перспективных подсобных хозяйств в рамках других сфер деятельности. Мало изученными остаются особенности формирования художественных промыслов как предпринимательских структур в рыночных условиях, слабо исследованы процессы реализации изделий промыслов на рынке, не рассмотрено влияние факторов среды на предпринимательскую деятельность в художественных промыслах. Это обусловило выбор темы и основные направления диссертационного исследования.

Целью диссертационного исследования является разработка теоретических основ и методических подходов по формированию и развитию предпринимательской деятельности в сфере художественных промыслов для более полного использования культурно-экономического потенциала промыслов на территории региона.

В соответствии с поставленной целью были определены следующие задачи исследования:

- определить основные этапы эволюции формирования промыслов и рассмотреть проблемы развития предпринимательских структур художественных промыслов;
- изучить и обобщить труды отечественных и зарубежных ученых и специалистов по исследованию предпринимательского потенциала промыслов и ремесел, выявить особенности предпринимательской деятельности;
- рассмотреть периоды развития и дать оценку современного состояния художественных промыслов Псковской области, определить место и роль псковских художественных промыслов в системе предпринимательства;
- выявить совокупность факторов среды, оказывающих воздействие на процесс формирования и развития предпринимательской деятельности псковских промыслов и оценить степень их влияния;
- определить перспективные направления развития промышленного сектора промыслов, обосновать выбор инновационного товарного предложения и разработать рекомендации по его продвижению на рынке Псковской области;
- выявить основные сегменты потребительского рынка мастеров художественных промыслов и дать рекомендации по продвижению товарного ассортимента на наиболее перспективных сегментах;
- разработать программу по развитию художественных промыслов Псковской области, включающую комплекс мероприятий государственной поддержки, позволяющий создать благоприятный климат для формирования и развития предпринимательских структур промыслов в местах традиционного бытования.

Предмет исследования – процесс формирования и развития предпринимательской деятельности в сфере художественных промыслов.

Объект исследования – предпринимательские структуры художественных промыслов Псковской области.

Информационную базу диссертационного исследования составляют работы

отечественных и зарубежных ученых, монографии, периодическая литература по исследуемой проблеме, данные интернет, пресс-релизы и внутренние отчеты Ассоциации народно-художественных промыслов, данные территориального органа Федеральной службы государственной статистики Псковской области, отчетные документы, а также результаты наблюдений и анкетирования.

В процессе диссертационного исследования использовались следующие методы: исторический, монографический, экономико-статистический анализ, анкетирование и интервьюирование.

Научная новизна результатов исследования состоит в разработке теоретических положений, методических подходов и практических рекомендаций по формированию и развитию предпринимательской деятельности в сфере художественных промыслов на региональном уровне:

- определены особенности предпринимательской деятельности в сфере художественных промыслов и ремесел, предложена схема внутриотраслевого взаимодействия на сувенирно-художественном рынке и разработана классификация изделий художественных промыслов;
- выявлены конкурентные преимущества изделий художественных промыслов Псковской области, предложены направления по использованию потенциала промыслов как сопутствующей отрасли регионального туризма и установлено место художественных промыслов в системе предпринимательства;
- выявлены факторы среды, воздействующие на процесс формирования и развития художественных промыслов Псковской области, определены перспективные сегменты потребительского рынка и даны рекомендации по продвижению изделий мастеров-предпринимателей;
- предложены перспективные направления развития промышленного сектора промыслов, обоснован выбор инновационного товарного предложения и даны рекомендации по продвижению изделий предприятий промыслов Псковской области;
- разработана программа развития художественных промыслов Псковской области и предложен комплекс мероприятий государственной поддержки.

Практическая значимость результатов исследования состоит в том, что его положения и выводы могут быть применены в предпринимательской практике при формировании стратегий развития художественных промыслов, а также для разработки концепции формирования сферы туристских услуг на региональном рынке Псковской области. Полученные данные могут использоваться в образовательных учреждениях в качестве методических материалов для преподавания курсов «Предпринимательство в социально-культурном сервисе», «Маркетинг в туризме» и др.

Апробация результатов исследования. По результатам исследования опубликовано 12 статей общим объемом 4 п.л., в том числе 1 научная статья в реферируемом журнале, рекомендованном ВАК России. Основные положения диссертационного исследования докладывались на V Международной научно-практической конференции «Социально-экономическое развитие России в XXI веке (Пенза, 2006 г.), на III научно-практической конференции «Культурно-познавательный туризм. Практика, проблемы, перспективы» (Псков 2006 г.), на Международной научно-практической конференции «Индустрия гостеприимства: от теории к практике» (Псков, 2007 г.), на VI Международной научно-практической конференции «Макроэкономические проблемы современного общества. Федеральный и региональный аспекты», (Пенза, 2007), на международной научно-практической конференции «Историко-культурный и природно-оздоровительный потенциал Псковского региона – основа для стратегических

планов развития туризма» (Псков, 2007 г.), на Международной научно-практической конференции «Экономика, организация и управление предприятиями, отраслями и комплексами региона» (Мурманск, 2007г.), на Всероссийской научно-практической конференции «Маркетинг: теория и практика» (Магнитогорск, 2007 г.) и др.

Структура и объем работы. Диссертационная работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка литературы из 118 источников. Общий объем работы 206 стр. компьютерного текста, включая 26 рисунков, 60 таблиц, 17 приложений.

Во введении обоснована актуальность темы, определены цели и задачи работы, сформулирована научная новизна и практическая значимость полученных результатов.

В первой главе «Теоретико-методологические аспекты формирования и особенности предпринимательской деятельности художественных промыслов» определены экономико-правовые основы становления промыслов России как предпринимательских структур, проанализировано современное состояние данного сектора экономики, дана классификация изделий промыслов в зависимости от мотивов потребления, художественной ценности, обобщен зарубежный и отечественный опыт предпринимательства в сфере промыслов и ремесел, описана методика оценки влияния факторов среды функционирования на показатели предпринимательской деятельности промыслов.

Во второй главе «Оценка состояния предпринимательской деятельности и влияние факторов среды функционирования в сфере художественных промыслов Псковской области» изучены потенциальные возможности развития данного сектора экономики на рынке Псковской области как сопутствующей отрасли регионального туризма, проведен историко-экономический мониторинг промыслов Псковской области в целом и в разрезе по хозяйствующим субъектам и видам деятельности, построены регрессионно-корреляционные модели, описывающие воздействие факторов внутренней среды на показатели деятельности промыслов, оценены по степени влияния факторы внешней среды.

В третьей главе «Основные направления развития предпринимательской деятельности промыслов Псковской области» предложены методические подходы в товарно-сбытовой политике промыслов, позволяющие обеспечить успех предпринимательства за счет построения базовых моделей рынка и оптимального выбора инновационной идеи товара. Обоснована необходимость применения инструментов регионального управления исследуемых предпринимательских структур и предложены мероприятия государственной поддержки промыслов области.

В заключении даны основные выводы и предложения по теме исследования.

ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ, ВЫНОСИМЫЕ НА ЗАЩИТУ

В диссертации определены особенности предпринимательской деятельности в сфере художественных промыслов и ремесел, предложена схема внутрисекторного взаимодействия на сувенирно-художественном рынке и разработана классификация изделий художественных промыслов.

В диссертационном исследовании художественный промысел России рассматривается как предпринимательская деятельность физических и юридических лиц, связанная с производством и реализацией декоративных и утилитарных художественных изделий, выполненных в народных традициях в условиях коллективного освоения

технологий. За рубежом термин «художественный промысел» отсутствует, его ближайший синоним «художественное ремесло».

Для изучения особенностей предпринимательской деятельности промыслов и ремесел на современном этапе рыночных отношений нами было исследовано 16 стран (в том числе и Россия). Исследования показали, что данную сферу экономики составляют преимущественно субъекты малого бизнеса, что определяет значительную фрагментарность рынка. Производство основано на технологиях с высокой долей ручного творческого труда, продукция изготавливается небольшими партиями или по индивидуальным заказам.

За рубежом отмечается высокий уровень участия ремесленников в профессиональных объединениях. Например, в Германии действуют «ройтлингерское», «гамбургское», «немецкие ремесла», «ремесленная палата Германии» и другие объединения, предполагающие широкие связи ремесленников страны. Членство в профессиональных объединениях гарантирует предпринимательскую свободу, обеспечивает правовую помощь и создает условия для предоставления комплексных услуг всех участников объединений не только на рынках страны, но и за рубежом. В рамках деятельности объединения проводят социальное консультирование ремесленников по ведению бизнеса, организуют конкурсы «лучший мастер» с предоставлением в последующем контрактов и подрядов на выполнение работ, услуг.

В целях сохранения художественных промыслов в условиях рыночной экономики, защиты и представительства их интересов в федеральных и региональных органах исполнительной власти в России также созданы профессиональные ассоциации, палаты, гильдии и дома промыслов и ремесел, действующих на федеральном, региональном и местном уровнях: «Ассоциация народных художественных промыслов России» (1990 г.), «Народные художественные промыслы и ремесла Ленинградской области и Санкт-Петербурга» (1996 г.), «Гильдия ремесленников Чувашии» (2002 г.), «Псковский областной Дом Ремесел» (2000 г.) и др. Профессиональные ассоциации и объединения промыслов России разрабатывают нормативно-правовые документы, предложения к законодательным и нормативным актам, принятие которых направлено на сохранение и развитие данных предпринимательских структур; стимулируют творчество народных мастеров, привлекают их к участию отечественных и зарубежных выставках. Однако уровень участия в них представителей промыслов России значительно ниже европейского. В России в профессиональных объединениях находится не более 45% представителей промыслов, тогда как в Европе не менее 90% ремесленных предприятий и предпринимателей охвачено участием в различных союзах, ассоциациях, цехах и т.д. Это объясняется трудностями получения и удержания федерального статуса «народный художественный промысел» (для предприятий) или «мастер декоративно-прикладного искусства» (для индивидуальных предпринимателей), необходимым для вступления в Ассоциацию народных художественных промыслов России, а также финансовыми затратами, которые должен будет нести предприниматель или предприятие промысла как участник любого объединения и неуверенностью в получении эффективной помощи.

Для исследования сувенирно-художественного рынка нами использована модель «5 сил конкуренции» М.Портера, которая позволила выяснить: какие субъекты действуют на рассматриваемом рынке и как проявляется сила их влияния на конкуренцию. Учитывалась деятельность следующих субъектов рынка: непосредственно предпринимательских структур промыслов (предприятий и индивидуальных предпринимателей), производителей товаров-заменителей, поставщиков сырья и материа-

лов, покупателей, потенциальных конкурентов, кроме того, оценивалась политика государства в области регулирования предпринимательской деятельности субъектов сувенирно-художественного рынка. Была предложена 4-балльная система, в которой 1 балл определял очень низкий уровень силы, 2 балла – сила проявляется слабо, но влияние на конкуренцию оказывает, 3 балла – сила достаточно четко проявляет себя на рынке, 4 балла – сила определяет конкурентную ситуацию на рынке.

Изучение внутриотраслевого взаимодействия показало, что поставщики сырья и материалов обладают очень слабой способностью диктовать свои условия промыслам, действующим на данном рынке, вследствие того, что только часть исследуемых предпринимательских структур не имеют возможности переключиться на другого продавца по причине уникальности поставляемого сырья (например, некоторые гончарные промыслы, промысел художественной обработки камня, резьба по кости и др.), прочие представители рынка безболезненно переключаются на другого поставщика или самостоятельно занимаются добычей сырья и материалов для производства изделий (рис. 1).



Рисунок 1 - Схема внутриотраслевых взаимодействий на сувенирно-художественном рынке

Угроза вхождения на рынок новых конкурентов существует за счет низких входных барьеров и отсутствия жесткой позиции промыслов в отношении новичков, но она достаточно слабо выражена вследствие исторической обусловленности развития промыслов и недостаточно высокого уровня спроса на изделия. Конкуренция

внутри отрасли сдерживается фактором уникальности продукции художественных промыслов, но присутствие достаточно большого количества предпринимательских структур и издержки выхода усиливают конкурентную борьбу на рынке. Государственная политика в области промыслов характеризуется декларативностью, что позволяет выходить на рынок недобросовестным производителям подделок, чем обеспечивается дополнительный рост конкуренции. Покупатели обладают значительным влиянием диктовать условия при приобретении товаров, так как на сувенирно-художественном рынке представлено большое количество продавцов, предлагающих не только изделия промыслов, но и товары-заменители, что расширяет выбор потребителя и усиливает конкуренцию в отрасли. Наибольшей силой, на наш взгляд, обладают производители товаров-заменителей. Появление дешевых субституттов переклюкает часть потребителей на товар-заменитель и ограничивает возможность промыслов повышать цены на свои изделия, что негативно сказывается на объемах продаж и прибыли.

Таким образом, рыночная структура сферы художественных промыслов соответствует монополистической конкуренции. В этих условиях особое значение приобретает дифференциация изделий промыслов. Реализация дифференцируемых изделий должна быть основана на привлечении покупателя за счет таких неценовых факторов, как качество, условия продаж, различные формы стимулирования сбыта. Данный подход предполагает учет мотивов потребления изделий.

В диссертации в зависимости от мотивов потребления выделены следующие виды изделий художественных промыслов (таблица 1).

Таблица 1 – Классификация изделий промыслов по мотивам потребления

Мотив потребления	Изделия промыслов	Особенности изделий
Создание имиджа	Корпоративные сувениры	Могут использоваться национальные мотивы и/или графика фирменного стиля предприятия, художественная ценность отсутствует. Материалами служат дерево, кожа, ткань. Ручной труд только на этапе художественного оформления
Продвижение культурно-спортивного события, политической акции (мероприятия)	Событийные сувениры	Используется символика события, художественная ценность низкая. Материалами служат дерево, глина, гипс, ткань. Ручной труд только на этапе художественного оформления
Память о месте пребывания	Сувениры культурно-познавательного характера	Используется национальная символика, колористика и орнаменталистика. Присутствует художественная ценность. Материалами служат дерево, глина, гипс, каменная крошка, ткань, лыко, сплавы металлов.
Использование в быту	Утилитарные изделия	Присутствует художественная ценность, изготовлено методом творческого варьирования
Подарок	Подарочные изделия	Достаточно высокая художественная ценность, широкий перечень материалов, оригинальность, высокая доля ручного труда.
Коллекционирование	Уникальные изделия	Высокая художественная ценность, широкий перечень материалов, ручной труд, именное авторское изделие

Предложенная классификация изделий рекомендуется к использованию структурами промыслов для сегментирования потребительского рынка по мотивам потребления и построения адекватной рекламной коммуникации, которая будет соответствовать наиболее важным для покупателя – в контексте данного товара – потребностям.

В диссертации выявлены конкурентные преимущества изделий художественных промыслов Псковской области, предложены направления по использованию потенциала промыслов как сопутствующей отрасли регионального туризма и установлено место художественных промыслов в системе предпринимательства.

Диссертационное исследование выявило в Псковской области 33 разновидности промыслов.

Практически все виды промыслов осуществляются самостоятельными мастерами декоративно-прикладного искусства (в количестве около 150 человек). Также на рынке действуют три предприятия гончарного промысла, каждое из которых использует традиционные технологии, творческий ручной труд и размещается в местах бытования, определенных историческим развитием данного вида деятельности.

Для выявления конкурентных преимуществ изделий псковских художественных промыслов нами был использован анкетный опрос потребителей, в котором участвовали 173 респондента, а также методы интервьюирования представителей художественного промысла и наблюдений за потребителями в процесс покупки.

В качестве основного объекта исследования была выбрана ассортиментная группа «сувенирные изделия»: изделие Чайная пара с рисунком.

Конкурентные преимущества изделия исследовались по двум направлениям:

1. По отношению к изделиям производителей аналогичных промыслов (ЗАО «Гжель», ЗАО «Скопинская керамика»);
2. По отношению к товарам-заменителям (Гуанчжоуская фабрика керамических изделий, Китай).

В таблице 2 представлены параметры сравнения и соответствующие характеристики изделий, которые получены в ходе исследования конкурентных преимуществ.

Исследование показало, что основным конкурентным преимуществом изделий псковских гончарных промыслов по отношению к другим промыслам гончарного направления является низкая цена, для конкурирования с товарами-заменителями следует использовать неценовую конкуренцию, основанную на уникальности технологий производства и оформления изделия в народном стиле.

По нашему мнению, конкурентные преимущества изделий псковских промыслов «использование исторически сложившихся мотивов орнаменталистики и колористики» и «цена» должны быть реализованы в отрасли регионального туризма.

В диссертации определены перспективные виды туризма, которые в свою очередь, требуют участия художественных промыслов в обеспечении потребностей туристов в изделиях художественной и утилитарной направленности (таблица 3).

Нами установлено место художественных промыслов в системе предпринимательства Псковской области как важной сопутствующей отрасли регионального туризма.

Промыслы влияют на привлекательность дестинации и одновременно зависят от потока туристов.

Таблица 2 – Технические и потребительские параметры керамических изделий

Параметры сравнения	Псков		Печоры, Псковская область	Турытино, Московская область	Скопин, Рязанская область	Китай
	ПК «Псковский гончар»	ООО «Савва»	ЗАО «Израец»	ЗАО «Объединение Гжель»	ЗАО «Скопинская художественная керамика»	Гуанчжоуская фабрика
Эстетические показатели:						
– белизна, %	65	70	70	70	70	60
– блеск глазури, баллы ¹	80	90	90	90	90	-
– использование исторически сложившихся мотивов орнаменталистики, колористики, баллы	90	80	100	100	100	Копирование
Эргономические показатели:						
– гигиеничность, %	0,02	0,015	0,015	0,01	0,015	Нет данных
– выделения вредных веществ	90	80	80	90	90	60
– удобство пользования, баллы	15	10	10	5	10	20
– шероховатость, %						
Показатели надежности:						
– сопротивление удару, МПа	0,2	0,2	0,15	0,15	0,15	0,1
– прочность на истирание глазури, ед.	5	5	5	5	5	Нет данных
Показатель назначения:						
– устойчивость, баллы	90	95	95	95	95	80
Цена продажи, руб.	150 – 250	100-200	100-200	500-700	300-400	50-150
Узнаваемость изделия по принадлежности к производителю, % потребителей	35	10	10	80	5	-

Таблица 3 – Направления использования потенциала художественных промыслов как сопутствующей отрасли туризма

Вид туризма	Направления использования потенциала художественных промыслов как сопутствующей отрасли туризма
Культурно-познавательный туризм	Создание исторического фона развития территорий, предложение сувениров (демонстрация процесса изготовления изделия; куклы, вышитые картины, бижутерия, одежда)
Бизнес-туризм	Создание и предложение сувенирной продукции (стилизованные куклы, храмы, посуда с символикой территории)
Экологический туризм	Создание и предложение изделий утилитарного назначения, изготовленных из экологически чистых материалов (посуда, мебель)
Лечебно-оздоровительный туризм	Оформление мест пребывания санаторно-курортного лечения туристов в псковском стиле (кованые изделия, панно)

¹ Оценка дана по 100 балльной системе

Присутствие художественных промыслов на рынке обеспечивает производство определенного ассортимента изделий, который, при условии эффективной предпринимательской деятельности, пользуется спросом у туристического сегмента в силу своей оригинальности и наличия местного колорита, при этом происходит вовлечение в процесс обмена смежных с промыслами субъектов рынка – торговых и транспортных предприятий, поставщиков сырья, энергии и оборудования, выставочных павильонов и пр. (рис.2).



Рисунок 2 - Место промыслов в системе предпринимательства

Кроме того, местное население является потребителем утилитарных и подарочных изделий промыслов, что позволяет реализовать продукцию в «мертвый» туристический сезон. Так как размещаются промыслы преимущественно в сельской местности, то они могут обеспечить занятость всех заинтересованных лиц.

Промыслы сохраняют уникальные технологии создания изделий в условиях преемственности традиций и коллективного освоения, что позволяет их считать частью воспитательного процесса подрастающего поколения и населения в целом.

В диссертации выявлены факторы среды, воздействующие на процесс формирования и развития художественных промыслов Псковской области, определены перспективные сегменты потребительского рынка и даны рекомендации по продвижению изделий мастеров-предпринимателей промыслов.

Исследование факторов внешней среды проводилось нами с использованием метода экспертной оценки. В роли экспертов выступили представители предприятий промыслов, мастера и торговые работники, непосредственно связанные с реализацией

изделий промыслов (84 чел.). По мнению экспертов, наибольшее влияние на предпринимательскую деятельность промыслов оказывает микросреда, в частности фактор конкуренции (0,85) и потребителей (0,73). Отмечен фактор взаимодействия с рынками сырья из-за роста стоимости материалов и энергоносителей (0,72). Среди факторов макросреды экспертами отмечается влияние социально-демографического фактора (0,66). Выделены факторы: снижение интереса молодежи к получению профессий, связанных с развитием промыслов (0,7) и экономико-политические условия, не позволяющие в настоящий момент развивать международную деятельность многих промыслов (0,67) (рис.3).

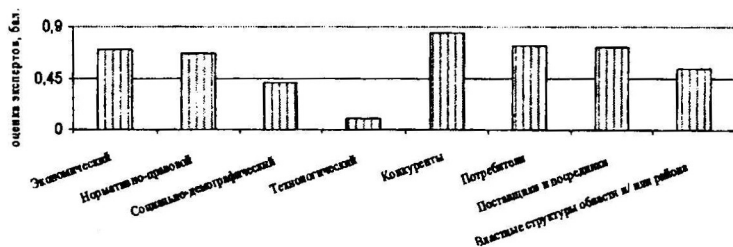


Рисунок 3 - Влияние факторов внешней среды на предпринимательскую деятельность художественных промыслов Псковской области

Оценка влияния факторов внутренней среды на показатели художественных промыслов проводилась при помощи корреляционно-регрессионного анализа, при этом включение в модели результативных и факторных признаков осуществлялось с использованием логического и статистического анализа. Исследовались структуры промыслов, действующие в сфере промышленного производства (3 ед.) и мастера художественных промыслов (40 чел.). Влияние факторов оценивалось при помощи вычисления среднего коэффициента эластичности:

$$\varepsilon x = f(x) * X_n / Y \quad (1)$$

где $f(x)$ - функция изменения факторов, X_n - фактор причина, Y - фактор результат.

Средний коэффициент эластичности показывает на сколько процентов в среднем по совокупности изменится результат Y от своей средней величины при изменении фактора X_n на 1% от своего среднего значения. Выявленные факторы внутренней среды и степень их влияния на показатели предпринимательской деятельности в промыслах, представлены в таблицах 4 и 5. Влияние на предпринимательскую деятельность факторов внешней и внутренней среды обеспечивают промыслам определенный результат деятельности и построение статистического рейтинга для исследуемых объектов позволило установить наиболее успешные из них. Для построения рейтинга использовались результативные показатели предпринимательской деятельности промыслов, указанные в таблицах 4 и 5. В процессе построения рейтинга по каждому показателю предпринимательской деятельности вычислен эталон - максимальное значение из ряда фактических показателей исследуемых предприятий.

Таблица 4 – Влияние внутренней среды на предпринимательскую деятельность мастеров промысла

Уровень построения моделей	Результативный показатель предпринимательской деятельности предприятия промысла (Y_n)	Корреляционно-регрессионная зависимость	Основные влияющие факторы (X_n)	Степень влияния (\bar{X}_n)
Регион	Объем продаж	$Y=44,41+12,33X_7+0,4X_8+11,7X_9$	Цель деятельности (предпринимательство или хобби) Удельный вес затрат на материалы Количество каналов продаж	$\bar{X}_9=0,2$ $\bar{X}_8=0,2$ $\bar{X}_7=0,1$
Мастер	Чистая прибыль мастера	$Y=26,48+3,72X_5+3,92X_{11}$	Стаж мастера Расходы на налоги и сборы	$\bar{X}_{11}=0,3$ $\bar{X}_5=0,3$

Далее определялся стандартизованный показатель X_1, X_2, \dots, X_n по формуле:

$$x_n = \frac{a_n}{\max} \quad (2)$$

где a_n - значение фактического показателя n для m -предприятия; \max – значение эталона для показателя n .

Значение рейтинга вычислено по формуле:

$$R = \sqrt{(1-x_1)^2 + (1-x_2)^2 + \dots + (1-x_n)^2} \quad (3)$$

где $X_1 \dots X_n$ – значения частных рейтингов для каждого показателя деятельности.

Среди промышленных предприятий промыслов выявлен лидер - ООО «САВВА». Это предприятие, сохраняющее все традиции и технологии в создании гончарных изделий. Его конкурентными преимуществами можно назвать: активное использование современных коммуникационных технологий, высокопрофессиональные кадры, низкие расходы на административно-управленческий аппарат, четкая ориентация на туристский сегмент и соответствующая ассортиментная политика. Вторым является «Псковский гончар», причинами снижения рейтинга можно отметить слабую опору на механизмы рыночных коммуникаций, высокий износ фондов, сложные взаимоотношения с региональными властными структурами. Однако предприятие обладает статусом «народный художественный промысел», поэтому пользуется федеральными льготами. На предприятии трудится квалифицированный коллектив, который может добиться высоких результатов, если изменится политика в области налогообложения и кредитования на уровне региона, а также, при условии большей свободы действий при формировании ассортиментной политики со стороны федерального экспертного органа — Художественного совета. Самым «слабым» на момент исследования является ЗАО «Израец», в настоящий момент это предприятие испытывает серьезные финансовые затруднения, вызванные высокой стоимостью сырья и коммунальных услуг. Потеря высококвалифицированных кадров из-за невнимания руководства к проблемам безопасного труда и также сказывается на результатах деятельности. Часть проблем предприятия основана на разногласиях в определении путей развития товарного ассортимента у основных акционеров. Со стороны местных властей промысел рассматривается только как субъект рынка без учета его культурного потенциала.

Таблица 5 – Влияние внутренней среды на показатели предпринимательской деятельности предприятий промыслов

Уровень построения моделей	Исследуемый объект	Результативный показатель предпринимательской деятельности предприятия промысла (Y_0)	Корреляционно-регрессионная зависимость	Основные влияющие факторы (X_i)	Степень влияния (β_i)	Общие влияющие факторы
Ручной	Псковский гончар	Объем реализации изделий промыслов	$Y = 4133 + 168,8X_4 + 30,43X_{16}$	Доля уникальных изделий, затраты на крышки	$\beta_{x4} = 0,1;$ $\beta_{x16} = 0,1$	Затраты на продвижение, фактор структуры ассортимента
	Савва		$Y = 7,97 + 2,15X_3 + 12,3X_{12}$	Доля сувенирной продукции, затраты на сайт	$\beta_{x3} = 0,9;$ $\beta_{x12} = 0,2$	
	Израец		$Y = 1875 + 26,9X_5 - 70,21X_{10}$	Торговая наценка, доля розничных продаж	$\beta_{x5} = 0,5;$ $\beta_{x10} = -0,5$	
Предприятие	Псковский гончар	Прибыль от реализации изделий промыслов	$Y = 4163,5 - 11,2X_6$	Расходы на АУП	$\beta_{x6} = -3$	Объем продаж и себестоимость в части затрат на сырье и заработную плату
	Савва		$Y = 19,45 + 0,3X_1 - 0,18X_8$	Объем продаж, Расходы на сырье	$\beta_{x1} = 1,3;$ $\beta_{x8} = -1$	
	Израец		$Y = 727 - 0,45X_9$	Объем продаж	$\beta_{x9} = -5$	
	Псковский гончар	Прибыль от реализации новых изделий промыслов	$Y = 33,44 + 0,9X_7 - 0,37X_8$	Затраты на продвижение новой продукции, затраты на приобретение оборудования для создания новых моделей товаров	$\beta_{x7} = 0,14$ $\beta_{x8} = -0,4$	Затраты на продвижение
	Савва		$Y = 23,94 + 0,75X_5 - 48,73X_6$	Доля сувенирных товаров и уникальных товаров (авторских работ)	$\beta_{x5} = 0,5$ $\beta_{x6} = 0,2$	
	Израец		$Y = 15,38 - 2,8X_2 + 0,08X_7$	Затраты на продвижение товаров-новинок, Затраты на заработную плату творческих работников	$\beta_{x2} = -0,3;$ $\beta_{x7} = 3,4$	
Рабочий	Псковский гончар	Производительность труда работника промысла	$Y = 6,15 - 0,071X_5 + 0,078X_{12}$	Фондовооруженность, удельный вес работников на вредном производстве	$\beta_{x12} = 0,4$ $\beta_{x5} = -0,3$	Фондовооруженность
	Савва		$Y = -0,8 - 0,083X_{11}$	Фондовооруженность	$\beta_{x11} = 3,11$	
	Израец		$Y = 449,7 - 4,2X_2 - 3,9X_5 - 0,75X_{12}$	Фондовооруженность, удельный вес работников на вредном производстве, возраст работников	$\beta_{x12} = 0,67;$ $\beta_{x5} = -4,5$ $\beta_{x2} = -7,1$	

С другой стороны, близость к источникам сырья, удачное размещение по отношению к туристскому потоку и наличие у предприятия успешного опыта в прошлом обуславливает теоретическую возможность выхода из кризиса, но только при обеспечении следующих условий: требуется поддержка на региональном и местном уровнях власти, а также согласие акционеров в вопросах формирования ассортимента.

Исследование выявило, что для достижения высоких результатов деятельности предприятий промыслов необходимо, с одной стороны, получать государственную поддержку и, с другой, требуется уделять особое внимание вопросам формирования и продвижения ассортимента изделий.

Проведение рейтинговой оценки среди мастеров декоративно-прикладного искусства показало следующую картину (таблица 6).

Таблица 6 – Группировка мастеров-предпринимателей по рейтингу

Оценка рейтинга	Содержание оценки	Количество предпринимателей, получивших оценку, чел	Удельный вес группы, %
0,55-0,59	низкий	4	10
0,37-0,55	средний	24	60
0,26-0,37	высокий	6	15
0,06-0,26	очень высокий	6	15
всего	x	40	100

Самый высокий рейтинг (до 0,2) получила группа предпринимателей, составляющая 15% от общего количества исследуемой совокупности. Портрет успешного мастера включает себя: средний возраст 37 лет, стаж на рынке не менее 10 лет, использование ассортиментного перечня—не менее 7гр., реализация в розницу (самостоятельно на рынке, в собственных магазинах) и оптом (Псков, СПб), использование рекламных коммуникаций (буклеты и личные продажи—консультации) - 85%, семейный бизнес—33 %. В группе с высоким рейтингом – мужчин 80%. Основные виды промысла – керамика с ручной росписью (посуда, игрушки, сувениры) - 80%, изделия из дерева -15%, шитье из лоскутов (картины) 9%. Своими потребителями называют: туристов россиян—70 %, жителей области—9%, иностранных туристов – 3,2%. Высоким и средним рейтингом обладает еще 75% мастеров. Средний возраст 45 лет, стаж 10-15 лет. Ассортимент—до 5 групп, реализация—самостоятельно на рынке. Среди них ведущие семейный бизнес—66%. Виды промыслов: керамическая игрушка (55%), посуда (21%), изделия из коры – сувениры и обереги (15%). В группе с высоким и средним рейтингом – мужчин 60%. Потребители—туристы россияне—45%, жители области—15%. Самый низкий рейтинг (св. 0,56) получила группа, составляющая 10% от общего количества исследуемых мастеров. В группу входит 80% женщин. Средний возраст 48,5 лет. Вид промысла кружевоплетение (50%), украшения из бисера (15%), лоскутное шитье (бытовые кухонные изделия). Реализация—под заказ на дому (84,6%). Потребители—местные жители.

Построение рейтинговой оценки мастеров промысла позволило сделать вывод о важности выбора целевого рынка и технологий реализации ассортимента изделий.

Нами предложены базовые модели рынка художественных промыслов Псковской области, включающие перспективные сегмента рынка, возможный ассортимент изделий и мероприятия по их продвижению на рынок. Для построения базовых моделей проводился опрос фактических потребителей – туристов в количестве 112 чел.

Качество выборки было обеспечено условиями случайного отбора в туристских группах, прибывших в Псков на ярмарку Мастеров 2007 года. Респондентами стали те лица, которые приобрели хотя бы 1 изделие у мастеров-предпринимателей и не являющиеся жителями Пскова.

Для выделения пригодных признаков сегментирования использовался метод Пост Нос. На основании получения корреляционной зависимости между парой возможных признаков определяли наиболее значимые признаки для сегментирования. Корреляцию признаков определяли при помощи критерия сопряженности Пирсона:

$$K_n = \sqrt{\varphi^2 / (1 + \varphi^2)} \quad (4)$$

где φ^2 - показатель взаимной напряженности; φ - сумма отношений квадратов частот количества респондентов в каждой строке опрос-матрицы к произведению итоговых частот соответствующего столбца и строки опрос-матрицы. Как потенциально возможные были выделены следующие признаки сегментирования потребителей: возраст, пол, род занятий, мотив приобретения, уровень образования. Пригодными признаками сегментирования определены: мотивы потребления (повседневное использование, сувенир, игрушка) и род занятий, при этом выбрано 3 перспективных сегмента (таблица 7).

Таблица 7 - Перспективные сегменты потребительского рынка мастеров художественных промыслов

Род занятий/мотив покупки	Сувенир	Повседневное использование	Дизайн помещений	Создание стиля	Для ребенка в качестве игрушки	Всего
Студенты	0	2	0	9	1	12
Служащие	12	11	0	0	5	28
Предприниматели	4	8	5	1	5	23
Домохозяйки	12	16	5	1	6	40
Пенсионеры	0	4	0	0	5	9
Всего	28	41	10	11	22	112

Полученные характеристики перспективных сегментов позволили сформировать ассортиментную политику для каждого из них. При помощи построения «морфологического ящика» предложены различные варианты изделий промыслов (таблица 8). Для успешного продвижения изделий мастеров художественных промыслов нами рекомендовано использовать концепцию ФОССТИС (Формирование спроса и стимулирование сбыта). Ее применение позволит заинтересовать покупателя не только во время непосредственного выбора изделия (когда потребитель уже готов купить, но еще не определился с конкретным товаром), но и в процессе осознания своих потребностей, когда еще только формируется система предпочтений в приобретении изделия (таблица 9).

Следует учитывать, что приобретение изделий промыслов, применение которых возможно в быту (посуда, тканые изделия, одежда, игрушки и проч.), опирается на рациональный подход. Он определяется следующей стандартной процедурой: осознание проблемы, поиск вариантов, принятие решения о покупке, реакция на покупку. То есть для данного ассортимента изделий подходят все известные маркетин-

говые средства, такие как информационная и имиджевая реклама и PR - статьи в печатных и электронных изданиях (газетах, каталогах, дисках).

Таблица 8 – Ассортимент изделий промыслов для перспективных сегментов потребительского рынка

Род занятий / Мотив потребления	Товарный ассорти- мент	Возможные ассортиментные позиции	
		Приемлемая цена приобретения изделия промысла	Приемлемая цена приобретения изделия промысла
Домохозяйки и служащие / по- вседневное использование	1. Посуда 2. Украшение 3. Рушники, скатерти	1. Набор посуды (повтор с об- раза) от 0,1 тыс руб до 0,5 тыс руб	1. Набор посуды с (уникальная авторская работа) от 0,5 тыс руб
Домохозяйки и служащие / су- венир	1. Статуэтки, куклы 2. Сувениры (здания, часы) 3. Декоративная по- суда	1.Скобяр, Пожосница, Зернуш- ка, Книгина Ольга (ангобная роспись) от 0,15 тыс руб до 0,3 тыс руб	1.Скобяр, Пожосни- ца, Зернушка, Книги- на Ольга (полос) от 0,3 тыс руб ...
Домохозяйки и служащие / иг- рушка для ребенка	1. Куклы 2. Конструктор 3. Наборы для детей	1. Конструктор Дом, материал дерево от 0,2 тыс руб до 0,5 тыс руб	1. Конструктор Дом, материал глина, от 0,5 тыс руб

Таблица 9 – Мероприятия ФОССТИС для реализации изделий промыслов

Значимые мотивы при- обретения для туристов	Задачи формиро- вания спроса	Мероприятия по форми- рованию спроса	Задачи стимулирования сбыта	Мероприятия по стимулирова- нию сбыта
Сувенир	1.Информирование о: -существовании товаре; -сфере его приме- нения.	1.Участие в ярмарках- выставках; 2.Публикации в каталогах ярмарки (выставки) и не- посредственное участие в них 3.Личные продажи в про- цессе создания изделия	Формирование потреби- тельской лояльности за счет: - эмоциональной при- верженности; - самоутверждения потребителя; - приверженности в силу удобства места и времени приобретения товара	1.Создать событие, незабывае- мое для потребителя (напри- мер, акт творения); 2.Собственное участие потре- бителя в изготовлении товара; 3.Размещение торговых точек на пути следования туристо- ков; 4.Скидки с цены для опреде- ленных категорий сегментов
Повседневные и бытовые товары	2.Снижение барье- ра недоверия к то- вару - предоставление доказательств уни- кальности товара (место пребывания, авторская работа, персонализация товара)	1.Реклама в приложениях и каталогах к картам сле- дования туристов, реклама в гостиницах, местах об- щественного питания		1.Скидки с цены 2.Организация широких рас- продаж, Организация фоль- клорных праздников и тематич- еских ярмарок 3.Подарки тем покупателям, которые «приводят» своих друзей для приобретения това- ра промысла
Игрушка		1.Организация продаж через сеть гостиниц (в ляльках и кюсках), лет вокзалах, в театрах и пр.)		1.Организация детских празд- ников, конкурсов 2.Подарки детям и родителям 3.Участие в ярмарках- выставках

Покупки товаров промыслов, относящихся к сувенирному направлению, боль-
ше основываются на иррациональном подходе, когда очень важно воздействовать не
на сознание потребителя, а на его подсознание, при этом маркетинговые мероприятия
должны стать косвенными.

Поэтому нами рекомендовано дополнить комплекс стандартных маркетинговых мероприятий следующим и элементами личных продаж:

1. Мастер – предприниматель должен привлечь внимание представителя целевого сегмента, заинтересовать его уникальностью товара, сферой применения. Например, для сувенира «матрешка» можно найти применение в детских играх как развивающая игрушка.

2. На следующей стадии общения мастера с покупателем нужно выяснить его потребности (есть ли вообще желание купить что-либо или только праздный интерес к ассортименту). При этом, какой бы интерес покупатель не высказывал, требуется вести себя доброжелательно, полезно показать знания о методах и технологиях изготовления товара.

3. Предложить покупателю самостоятельно изготовить изделие (естественно, под наблюдением мастера) и получить его как подарок к профессионально выполненному товару.

В процессе общения с покупателем мастер должен в разговоре использовать профессиональную лексику, быть доброжелательным, улыбчивым – в этом случае контакт с покупателем установить достаточно просто.

В диссертационной работе предложены перспективные направления развития промышленного сектора промыслов, обоснован выбор инновационного товарного предложения и даны рекомендации по продвижению изделий предприятий промыслов Псковской области

Условия конкуренции, сложившиеся на сувенирно-художественном рынке, и наличие определенных конкурентных преимуществ предполагают использование промышленными структурами промыслов следующих направлений развития:

- дифференциацию ассортимента — создание товаров определенной художественной ценности с направленностью на конкретный сегмент рынка с учетом мотивов потребления;
- использование программ продвижения, связанных с широким информированием потенциальных потребителей о промысле, его изделиях, технологиях, авторах работ и пр.

Для обоснования выбора перспективного товарного ассортимента было исследовано три варианта изделий, каждое из которых является инновационным для псковских промыслов: развивающая игрушка (товар 1), экскурсия на производство (товар 2) и создание изделия своими руками под руководством мастера в условиях организованной ярмарки «Город мастеров» (товар 3).

Выбор идеи товара провели с помощью метода «анализ иерархий». Критериями выбора послужили: сумма капитальных вложений, срок окупаемости, время, требуемое на доведение идеи до состояния товара, емкость сегмента, наглядность преимуществ приобретения товара для покупателя.

В процессе анализа были сформированы согласованные матрицы попарных сравнений приоритетности критериев, товарных идей, далее вычислялся глобальный приоритет для выбора инновационной идеи изделия промыслов.

Аналитический расчет показал, что наиболее оптимальной (при установленных критериях) будет продуктовая инновация, в основе которой лежит процесс создания товара при непосредственном участии мастера и покупателя в условиях площадки Города мастеров.

Для увеличения эффективности данного мероприятия нами рекомендовано

участие представителей промысла в ярмарках и выставках и предложен сетевой план подготовки предприятия промысла к участию в ярмарке или выставке, включающий следующие работы:

1. Получение приглашения для участия в мероприятии
2. Решение вопросов по выбору, бронированию и оплате выставочной площади
3. Уплата регистрационного сбора и предоплаты
4. Заполнение анкеты на участие в каталоге выставки и оплата
5. Решение вопросов ассортиментного набора
6. Создание стенда для выставки
7. Решение вопросов исследования потребительских предпочтений и организация потребительской лояльности (печать анкет и рекламных буклетов)
8. Установка стенда и размещение товара

Для участия предприятия в выставке рекомендуется создать конструкцию стенда, имитирующую традиционное рабочее место мастера-ремесленника.

По нашему мнению, наиболее приемлемым местоположением стенда является начало ряда (на входе) или центр экспозиции. Привлекательное рекламное оформление (буклеты, флаеры, визитки) стенда придадут ему характерный и неповторимый внешний вид, обеспечивая узнавание и лояльность потребителей.

Прогнозный бюджет участия в ярмарке регионального значения позволил рассчитать экономическую и коммуникативную рентабельность (соответственно $\approx 36\%$, $\approx 20\%$).

В диссертации разработана программа развития художественных промыслов Псковской области и предложен комплекс мероприятий государственной поддержки.

Исследование предпринимательской деятельности псковских художественных промыслов показало, что потенциал данной сферы экономики области в настоящее время используется не в полной мере: предприятия и предприниматели-ремесленники испытывают ряд правовых, организационных и экономических проблем. В частности опрос представителей предприятий (12 чел) и мастеров (40 чел) показал, что существуют проблемы по получению льгот по налогообложению (50% респондентов), малое количество специализированных торговых предприятий (87%), неразвитость информационных технологий в процессе обслуживания потребителей (67%), отсутствие информации, как о самих мастерах, так и о производимых ими изделиях в возможных местах реализации (гостиницах, турфирмах, музеях) 85%, сложности с получением кредитов (43%) и др.

В этой ситуации инструментом регионального регулирования сферы промыслов может стать программа «Промыслы Псковской области» (в составе разрабатываемой областной программы по развитию туризма).

В программу по формированию и развитию предпринимательской деятельности в сфере промыслов Псковской области мы включили следующие мероприятия:

1. Усовершенствование системы правового регулирования сферы промыслов и ремесел; позволяющее ввести и закрепить на правовой основе статус «Народный художественный промысел Псковской области» за предприятиями и индивидуальными предпринимателями.

2. Создание информационно-консультативного центра ремесел и промыслов по Псковской области при Администрации области, обеспечивающего координационную связь промыслов с подразделениями Администрации области, органами местно-

го самоуправления, районными Центрами и Домами ремесел для решения задач их развития на территории бытования; а также оказывающего правовую и иную информационную помощь предпринимателям (в патентной защите изделий, по вопросам реализации изделий на рынке и пр.)

3.Создание постоянно действующего города Мастеров как туристского объекта, обеспечивающего рост количества субъектов, занятых в сфере художественных промыслов и увеличение объемов реализации изделий промыслов.

4.Формирование системы заказа со стороны региональных властей на сувенирно-художественную продукцию для проведения мероприятий праздничного, событийного и представительского характера через информационно-консультативный центр.

5.Организация кредитных линий для предприятий и предпринимателей промыслов на условиях микрокредитования, сниженной кредитной ставки; создание системы кредитных организаций с привлечением не только предприятий и предпринимателей промысла, но и их партнеров.

Для реализации программы предполагаются следующие источники ресурсов:

- 1.Бюджетные средства (областной бюджет, бюджеты муниципальных образований, фонд поддержки малого предпринимательства).
- 2.Внебюджетные средства (собственные средства предприятий и предпринимателей промыслов и субъектов туристской деятельности; заемные средства).

Основными механизмами привлечения внебюджетных средств являются:

- предоставление налоговых льгот для предпринимателей, участвующих в программе;
- предоставление налоговых гарантий Администрации области инвесторам, вкладывающим средства в реализацию инвестиционных проектов.

По нашему мнению, предполагаемыми экономическими последствиями реализации программы может стать следующее:

- рост количества предпринимателей в секторе промыслов;
- рост количества рабочих мест на промыслах,
- рост налоговых доходов;
- рост суммы привлеченных инвестиций в регион;
- увеличение потока туристов в область.

Возможное решение социальных задач нами предполагается в следующих направлениях:

- рост удовлетворенности спроса туристов и населения в изделиях промыслов;
- сохранение традиционных промыслов;
- рост занятости населения в целом.

В предлагаемой программе учитывается комплексный целевой подход по оказанию государственной поддержки промыслам для сохранения индивидуальности и самобытности культуры, повышения качества и конкурентоспособности продукции мастеров и предприятий художественных промыслов.

Основные положения диссертации опубликованы в следующих работах

**Научные статьи в ведущих рецензируемых журналах,
рекомендованных ВАК:**

1. Васильева М. В. Сравнительный анализ принципов формирования сектора ремесел в России и за рубежом // Экономика и управление. – 2008. № 2. – с. 107-110 - 0,5 п.л.

Научные статьи и доклады:

1. Васильева М. В. Сувенирно-художественная продукция как выражение национальной культуры / Материалы 3 ежегодной студенческой и аспирантской научно-практической конференции «Культурно-познавательный туризм: практика, проблемы, перспективы». – Псков, 2006. – С. 46-53, 0,29 п.л.
2. Васильева М. В. История развития ремесленных предприятий / Социально-экономическое развитие России в XXI веке: сборник статей 5 международной научно-практической конференции. – Пенза, 2006. – С. 39-42, 0,15 п.л.
3. Васильева М. В. История государственной политики в области промыслов / Социально-экономическое развитие России в XXI веке: сборник статей 5 международной научно-практической конференции. – Пенза, 2006. – С. 42-45, 0,15 п.л.
4. Васильева М.В. Сувенирные производства // Учебник под ред. проф. Богданова Е.И. Экономика и управление на предприятии туризма, Санкт-Петербург - Псков, 2007 г. – С. 295 – 304, 0,5 п.л.
5. Васильева М. В. Народные художественные промыслы как структурообразующий феномен региональной экономики в туризме / Индустрия гостеприимства: от теории к практике. Материалы международной научно-практической конференции 11-12 апреля 2007 года в 2-х частях. – Псков, АНО «Логос», 2007. – С. 41-47, 0,28 п.л.
6. Васильева М. В. Историко-экономический анализ как метод выявления факторов, определяющих эффективность сбытовой деятельности предприятий промыслов / Проблемы эколого-социально-экономического развития регионов. Сб. материалов II Межвузовской научно-практической конференции студентов и преподавателей / под ред. Бернасовской Л.И.- В. Новгород : НФ ГОУ ВПО СПбГУСЭ, 2007. – С.25-28, 0,13 п.л.
7. Васильева М. В. Экономическая характеристика псковских художественных промыслов / Материалы международной научно-практической конференции «Историко-культурный и природно-оздоровительный потенциал Псковского региона. Стратегии развития туризма». – Псков: тип. Гименей. – 2007. – С. 64-71, 0,36 п.л.
8. Васильева М. В. Характеристика предпринимательской деятельности предприятий народных художественных промыслов /Макроэкономические проблемы современного общества (федеральный и региональный аспекты): сборник статей 6 Международной научно-практической конференции. – Пенза: РИО ПГСХА, 2007. – С.53-58, 0,36 п.л.
9. Васильева М. В. Методические подходы к исследованию эффективности деятельности народных художественных промыслов. Международная научно-практическая конференция «Экономика, организация и управление предприятиями, отраслями и комплексами региона. – Мурманск - 2007 /электронная версия регистрация «Информрегистр» 0320702221, 0,54 п.л.

10. Васильева М. В. Проблемы функционирования предприятий народных художественных промыслов на современном этапе. Международная научно-практическая конференция «Экономика, организация и управление предприятиями, отраслями и комплексами региона. – Мурманск - 2007 /электронная версия регистрация «Информрегистр» 0320702221, 0,39 п.л
11. Васильева М. В. Особенности сегментации и позиционирования на рынках народных художественных промыслов / сборник статей Всероссийской научно-практической конференции «Маркетинг: теория и практика» / под ред. В.И. Кебы. - Магнитогорск : ГОУ ВПО «МГТУ», 2008. – С. 59-64, 0,28 п.л.

10 ~

ВАСИЛЬЕВА МАРИЯ ВЛАДИМИРОВНА

АВТОРЕФЕРАТ

Лицензия ЛР № 020815 от 21.09.98

Подписано в печать 19 ноября 2008 г. формат 60х90 1/16 усл. печ. л.1,35

Тираж 100 экз. Заказ № 173к. Издательско-полиграфический центр
Новгородского государственного университета им. Ярослава Мудрого.
173003, Великий Новгород ул. Б. Санкт-Петербургская, 41

Отпечатано в Институте экономики и управления
173015, Великий Новгород, ул. Псковская, д.3